

УДК 808.1

DOI: 10.30624/2220-4156-2020-10-3-507-516

**Коммуникативно-культурная память Югры
и проблемы её межпоколенческой трансляции в цифровую эпоху:
филологический аспект**

В. Ф. Олешко

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина,
г. Екатеринбург, Российская Федерация
vladimir.oleshko@urfu.ru*

Е. В. Олешко

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина,
г. Екатеринбург, Российская Федерация,
evgeny.oleshko@urfu.ru*

АННОТАЦИЯ

Введение. Статья представляет собой один из первых в отечественной филологии и теории журналистики опыт системного анализа процесса цифровизации коммуникативно-культурной памяти как феномена, и проблем её межпоколенческой трансляции в медиапространстве полиэтничного региона.

Цель: установить и проанализировать тенденции развития медиасферы Югры в условиях перманентных социальных и технологических трансформаций, с опорой на этнокультурную специфику текстов СМИ, выделить и описать ресурсы продуктивного межпоколенческого общения.

Материалы исследования: при выполнении исследования были учтены результаты новейших исследований в области филологической регионалистики, культурологии и коммуникативистики. Эмпирическую основу составил дискурс-анализ 212 текстов массмедиа и опрос 177 респондентов.

Результаты и научная новизна. Результатом исследования стало концептуальное обоснование понятия «модель результативной деятельности массмедиа Югры», выявление их роли и способов эффективного функционирования в цифровой реальности. Впервые массмедиа рассматриваются как основные трансляторы дискурсивных практик, связанных с формированием и развитием коммуникативно-культурной памяти в полиэтничном регионе.

В статье отмечено, что проблематику эффективного функционирования глобальных медиасистем цифровой эпохи невозможно системно анализировать без выделения механизмов трансформации коммуникативно-культурной памяти на региональном уровне. Плюралистическая медиасреда Югры является уникальным объектом исследования, позволяющим определить фундаментальные факторы построения мультикультурного сообщества. Проведённое авторами исследование даёт возможность обосновать подходы, способствующие преодолению в данном социуме цифровых поколенческих разрывов, при посредстве в том числе модельного подхода к проблеме результативности массмедиа. Модель при этом определяется как действие, прогнозные характеристики которого в цифровой реальности должны быть основаны, прежде всего, на выявлении эмоционально-смысловых доминант мультимедийных текстов и характера медиапредпочтений респондентов.

Ключевые слова: полиэтничный регион, массмедиа Югры, текст, текстотворчество, коммуникативно-культурная память, поколенческий разрыв, медиапредпочтения, модель.

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РНФ № 19-18-00264 в рамках научного проекта «Цифровизация коммуникативно-культурной памяти и проблемы её межпоколенческой трансляции».

Для цитирования: Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Коммуникативная память Югры и проблемы её межпоколенческой трансляции в цифровую эпоху: филологический аспект // Вестник угроведения. 2020. Т. 10. № 3. С. 507–516.

Communicative and cultural memory of Yugra and problems of its intergenerational translation in the digital age: the philological aspect

V. F. Oleshko

*Ural Federal University named after the first President of Russia
Boris Yeltsin, Yekaterinburg, Russian Federation,
vladimir.oleshko@urfu.ru*

E. V. Oleshko

*Ural Federal University named after the first President of Russia
Boris Yeltsin, Yekaterinburg, Russian Federation,
evgeny.oleshko@urfu.ru*

ABSTRACT

Introduction: the article is one of the first in Russian philology and journalism theory experience of the system analysis of the process of digitalization of communicative and cultural memory as a phenomenon, and problems of its intergenerational translation in the media space of a multi-ethnic region.

Objective: to identify and analyze trends in the development of Yugra media sphere in the context of permanent social and technological transformations based on the ethno-cultural specificity of media texts; to identify and describe the resources of productive intergenerational communication.

Research materials: the results of the latest research in the field of philological regionalism, cultural studies and communication studies. The empirical basis was a discourse analysis of 212 mass media texts and a survey of 177 respondents.

Results and novelty of the research: the result of the research is a conceptual justification of the concept of «model of effective activity of mass media of Yugra», as well as identification of their role and ways of effective functioning in digital reality. For the first time, mass media are considered as the main translators of discursive practices related to the formation and development of communicative and cultural memory in a multi-ethnic region.

The article notes that the problems of effective functioning of global media systems of the digital age cannot be systematically analyzed without highlighting the mechanisms of transformation of communicative and cultural memory at the regional level. The pluralistic media environment of Yugra is a unique object of research that allows us to determine the fundamental factors of building of the multicultural community. The research conducted by the authors makes it possible to substantiate approaches that contribute to overcoming digital generational gaps in the society, including a model approach to the problem of mass media performance. The model is defined as an action whose predictive characteristics in digital reality should be based primarily on the identification of emotional and semantic dominants of multimedia texts and the nature of respondents' media preferences.

Key words: polyethnic region, mass media of Yugra, text, text-making, communicative and cultural memory, generational gap, media preferences, model.

Acknowledgements: the research was carried out with the financial support of the RGNF grant No. 19-18-00264 within the framework of the scientific project «Digitalization of communicative and cultural memory and problems of its intergenerational translation».

For citation: Oleshko V. F., Oleshko E. V. Communicative and cultural memory of Yugra and problems of its intergenerational translation in the digital age: the philological aspect // Vestnik ugrovedenia = Bulletin of Ugric Studies. 2020; 10 (3): 507–516.

Введение

Одними из наиболее актуальных в современной филологической науке являются исследования проблематики текстотворчества и интериоризации текстов в цифровую эпоху – то есть в условиях перманентных социальных и технологических трансформаций. В последнем случае с учётом изменения способов репрезентации образа представителей различных соци-

умов в художественных и публицистических текстах. В классической филологии при этом активно развивается даже отдельная область научных исследований – имагология, «ставящая своей задачей анализ образов, в том числе этнических, в текстах разных дискурсов» [20, 279]. На стыке филологии, культурологии, регионоведения и коммуникативистики сегодня также возникло направление, определяющее наиважнейший в условиях глобализации

вектор гуманитарных разработок, в том числе прикладного значения. Речь идёт о проблематике цифровизации коммуникативно-культурной памяти и проблемах её межпоколенческой трансляции [18]. Ведь новые коммуникационные практики не только расширили диалоговые возможности СМИ [17], но и предопределили возникновение ряда проблем, не решение которых может вызывать в дальнейшем отсутствие у людей взаимопонимания в быту, а также характеризовать межпоколенческий разрыв на уровне самоидентификации личности и, как свидетельствует практика, при формировании культурной памяти российской нации в целом [9].

Данная ситуация обостряется и по причине того, что формирование и развитие коммуникативно-культурной памяти мирового сообщества в новых социокультурных параметрах, именованных Г. М. Маклюэном «эпохой постграмотности» [11, 96], происходит в условиях кардинального изменения роли и функциональной значимости социального института чтения. С одной стороны, как отмечают российские учёные, никто не может оспаривать значение печатного прежде всего текста, «как средства и как пути формирования личности, осознания ею своего места в окружающем мире» [19, 450], а с другой – нельзя не учитывать тот факт, что функционирование актуальной для развития современной филологии подсистемы: «тексты – чтение – грамотность», для представителей молодых поколений нередко сегодня ограничивается лишь временем учёбы в образовательных учреждениях [7]. Дискуссии на эту тему нашли отражение и в работах зарубежных авторов (P. Alberts, J. Sanders), отмечавших «снижение интереса именно к печатным текстам» [22, 18].

У старшего поколения, получившего в современной науке именованное «аналоговое», всегда существовала и существует сегодня потребность в трансляции младшим, «цифровым» поколениям накопленной коммуникативно-культурной памяти как важнейшего индикатора развития общества на базе гуманистических традиций. Ведь память – это не только то, что связывает и даёт возможность прогнозировать развитие представителей различных человеческих сообществ [13]. «Цифровому» поколению [26] значимая для личностного самосовершенствования информация позволяет также удовлетворить потребности в ситуации сложного выбора, осмысления факторов социализации, осознания

политической, этнической, культурной идентичности. Различия же в эффективности использования в цифровую эпоху инструментария трансляции или интериоризации тех или иных артефактов коммуникативно-культурной памяти поколений, могут являться причиной значительных социальных деформаций [18]. К тому же, как свидетельствуют учёные МГУ, «хотя этническая принадлежность сама по себе не определяет уровень цифрового капитала пользователей, она всё ещё остаётся важным и недостаточно изученным вопросом» [25].

В современных филологических исследованиях [4] неоднократно была доказана значимость локальных текстов, где в качестве основной межтекстовой доминанты выступает конкретное географическое пространство, поскольку «осознанное отношение к месту собственной жизни становится актуальной задачей духовного творчества» [1, 15]. «Югорские» художественные тексты уже были предметом рассмотрения в контексте актуальной литературной реальности [10]. Между тем, ни в теоретическом плане, ни в практическом ещё ни разу не анализировались возможности продуктивного межпоколенческого общения при посредстве массмедиа на уровне региона ХМАО-Югры. Это предопределило цель настоящей статьи. Теоретическая значимость исследования заключается в том, что выделение и системное описание ресурсов межпоколенческого общения углубляет представление о категории «коммуникативно-культурная память», а также позволяет рассмотреть факторы, характеризующие сущность понятия «социальный капитал» в цифровую эпоху (о характере дискуссий на эту тему см. подробнее в [24]), и взаимосвязи элементов его определяющих с «цифровым капиталом». Прикладную ценность проведённого авторами в полиэтническом регионе Югры в 2018–2020 гг. исследования определяет возможность использования полученных материалов в актуальной политической и социально-управленческой практике, а также в научно-методических целях при выполнении работ в рамках филологии.

Материалы и методы

Обозначенные выше аспекты обусловили построение исследовательской концепции, основой которой являлся системно-культурологический подход, детерминирующий понимание

культуры как системного целого, влияющего на функционирование и эволюционное развитие конкретных его подсистем и отдельных элементов. В качестве таковых были определены массмедиа Югры – одни из основных трансляторов дискурсивных практик, связанных с формированием и развитием коммуникативно-культурной памяти как важнейшего индикатора развития региона на базе цивилизационных гуманистических традиций.

Материалом для статьи послужили публикации в 14 массмедиа округа за январь 2019–март 2020 гг., в которых репрезентативно был представлен образ Югры цифровой эпохи, её культуры, менталитета жителей, тех или иных характеристик, включённых нами в существенные для описания компонентов коммуникативно-культурной памяти представителей четырёх поколений [3]. В ходе исследования применялись также общенаучные и социологические методы: системного и контент-анализа, интервьюирования респондентов, проведённого в 2018–2020 гг.; а также методы филологического анализа: интертекстуальный и дискурс-анализ.

Результаты

Априори ясно, что современная медиасфера не может характеризоваться только всеобъемлющими технологическими и социокультурными трансформациями. Следствием данного процесса было нарастание, особенно в течение последнего десятилетия, противоречий и кризисных явлений в среде функционирования традиционных СМИ. Проведённое одним из авторов в 2013–2018 гг. социологическое исследование [14] свидетельствовало, что более половины из них в УрФО продолжали работать, не учитывая в полном объёме имеющиеся возможности конвергентной журналистики. Одним из следствий этого процесса можно назвать то, что исследователи всё чаще стали фиксировать факт снижения их роли в формировании гражданской идентичности представителей ряда социумов [16].

В работах немецких учёных Я. и А. Ассман было определено, что коммуникативная память (связанная с настоящим и недавним прошлым) и культурная память (связанная с «абсолютным» прошлым) могут быть выделены как два основных вектора исследований, в том числе, способствующих расширению филологического

знания. Ведь «память – это то, что позволяет нам построить образ или повествование о прошлом и тем же путём развить образ и повествование о себе» [23, 15]. Причём медиатизация повседневных коммуникаций в цифровую эпоху как сближает людей с помощью технологий, устраняющих прежние комплексы «времени жизни информации» и «географии её трансляции», так и разъединяет – всё чаще заменяя живое общение людей виртуализированным. И если коллективная память связана с конкретным поколением, то культурная память измеряется историческим временем, что лучше всего «видится на расстоянии». О влиянии медиа на процессы формирования культурной памяти А. Ассман писала так: «СМИ дают важные импульсы для культурной памяти, но сами по себе не создают её. Они необходимы, чтобы активизировать культурную память, но для её формирования нужны другие инстанции» [2].

Однако, если традиционные СМИ оказываются на периферии внимания массовой аудитории, следовательно, процесс формирования и развитие коммуникативно-культурной памяти её представителей в ряде случаев становится социально неуправляемым. Ведь любая «управляемая подсистема организуется согласно основным определениям общественной жизни (принципам социальности, культурно-цивилизационным нормам, стандартам естественности общественного сознания и т. д.), это способствует управляемости всей общественной системы» [6].

ХМАО – Югра является не только экономически самодостаточным регионом-донором, но и одним из уникальных этносоциальных субъектов России. Одной из особенностей его современного развития, как известно, является использование стратегии этнокультурного неотрадиционализма, когда «традиция становится мерой идентичности общества и условием этнокультурной самоидентификации» [15, 55]. Вместе с тем, до сих пор никто из учёных не рассматривал развитие идей этнокультурного неотрадиционализма в медиасфере Югры, где также в цифровую эпоху происходят трансформации и видоизменения складывавшихся десятилетиями методов, подходов, традиций к сбору, обработке и трансляции информации.

Поскольку разные типы этнических групп продуцируют разные особенности бытийности личности, то одним из индикаторов актуализации

темы этнокультурной идентичности безусловно являются разножанровые и разнотематические публикации на родном языке. В национальных газетах «Ханты ясанг» и «Луима сэрипос» в анализируемый период они были не только представлены практически в каждом из номеров, но и составляли основную смысловую парадигму транслируемого контента – как вербализованный, так и креолизованный текст. В тематическом плане наибольшее количество из них (до 30%) было посвящено подготовке к тем или иным культурным событиям, проведению национальных обрядов и праздников, а также истории родного края (24%), проблемам образования и самообразования на основе этнических традиций и инноваций в культуре народов Севера (18%). Особо следует сказать о том, что в этих изданиях системно были представлены информационные жанры, а также зарисовки об известных людях Югры. 104 из 177 опрошенных нами респондентов как положительный факт отмечали также то, что публикации дублированы на русском языке и «это открывает возможность детального ознакомления с историей, культурой и традициями территории, где мы живём».¹

Этнокультурная специфика текстов, как было выяснено, находит отражение в целом в контенте массмедиа региона, в частности, в особенностях семантики образных единиц речи (19%), а также в использовании этнокультурных символов (15%), характерных стереотипов (12%), эталонов поведенческих реакций (6%). «По данным 2010 года, в ХМАО живут около 19 тысяч хантов и почти 11 тысяч манси. Ежегодно Департамент общественных и внешних связей Югры по заявкам выделяет субсидии для СМИ на языках коренных малочисленных народов» (<http://nazaccent.ru/content/31846>). Вместе с тем многие из опрошенных нами респондентов – представителей коренных народностей – указали, что основным источником получения информации для них является русскоязычное сетевое издание «Ханты Манси Мир» (<http://www.khanty-yasang.ru>). Возможно, это обусловлено тем, что там представлены в полном объёме и электронные версии, и архив выпусков вышеназванных газет, начиная с 2012 года. Но в ряде ответов респондентов главной претензией к

текстам, как СМИ, так и web-порталов, было названо «отсутствие возможности участвовать в обсуждении проблем региона».

Данный аспект, на наш взгляд, характеризует желание людей преодолеть индивидуальные кризисы идентичности, которые рано или поздно приводят к использованию возможностей, которые открывают перед ними новые информационные технологии. В качестве примера такого рода творческой самореализации можно привести историю медийной популярности югорчанина Владимира Айвасада. За короткое время он стал самым популярным видеоблогером из представителей коренных северян на Youtube, ведь «его ролик об особенностях зимней рыбалки за два месяца набрал больше полутора миллионов просмотров» (<https://2goroda.ru/infobar/blogger-aborigeniz-hmao-stavit-rekordy-po-prosmotram-na-youtube-video>). Данный пример уникален, но, надо сказать, всё же в медийной практике единичен как раз в связи с проблемой системности реализации данного рода деятельности. Интерес же массовой аудитории, по крайней мере в начальный период, наверняка предопределяла экзотика тематики.

В рамках проведённого исследования было выяснено, что наиболее значимым для дифференциации коммуникаторов и коммуникантов по группам является сегодня *поколенческий подход*. Показательно, что в большинстве работ, посвящённых цифровому разрыву в России, рассматривают в основном «технологический» его аспект, то есть с точки зрения разделения людей на тех, кто имеет доступ, и тех, кто исключён по какой-то причине из цифрового мира. Возрастная периодизация, наряду с уровнем образования и рядом других факторов, также выделяются как системообразующие [8], но при этом на периферии исследовательского изучения остаётся проблема цифрового неравенства в связи с поликультурным характером региональной аудитории массмедиа.

Классическая теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса, в основе которой лежит мнение о циклической смене поколений с повторяющимися социальными ценностями и настроениями, в последнее время находит применение в различных отраслях научно-практического знания [12]. Деление представителей

¹ Здесь и далее приведены дословные цитаты из ответов респондентов.

современного общества на самых старших – так называемых «бэби-бумеров», среднее поколение X, молодое поколение Y (именуемое «миллениумами») и формирующееся поколение Z – имело для нас основание и при описании каждой из этих групп как аудитории массмедиа. Но наше исследование свидетельствует, что, во-первых, методологически неверно сегодня автоматически относить представителей двух первых групп к «аналоговому» поколению пользователей контента медиа, а остальных – к «цифровому» поколению [5], поскольку самыми значимыми факторами являются не возраст и даже не социальный опыт, а компетенции, навыки пользователей и их медиаобразовательная подготовка. Во-вторых, контент-анализ текстов эмпирической базы исследования и опрос 177 респондентов свидетельствовали, что в качестве доминанты «цифрового капитала», формируемого массмедиа при посредстве культурных и интеллектуальных традиций региона, необходимо определять базовую ценность взаимного уважения, стремления к общему благополучию, что особенно актуально для Югры как поликультурного и многонационального социума.

Анализ текстов массмедиа позволил выделить три ключевых направления их медийной повестки – оперативное информирование, социально-экономическая проблематика, «лучшие люди округа». Но результаты опроса свидетельствовали, что респонденты в числе наиболее запомнившихся публикаций отмечали те, в которых «можно было узнать что-то новое из истории округа» (88%), «которые позволяли по иному оценить те или иные события» (57%), «давали возможность пережить с автором яркие эпизоды из жизни земляков-участников войн или покорителей Севера» (46%). Причём более 90 процентов опрошенных были убеждены, что «в СМИ засилье информации, достаточно много аналитики, и мало ярких художественных очерков о людях».

Выяснились и достаточно парадоксальные факты. Так 19% опрошенных представителей поколения Y (1983–2003 г.р.), как бы «по умолчанию» относимое к цифровому, ответили, что для получения неоперативной информации предпочитают аналоговые СМИ: газеты, журналы, телевидение, а для 9 % самым востребованным жанром являются радио-подкасты. В то же время почти треть представителей старших поколений, назвавших «Новости Югры» и другие издания в качестве основно-

го источника информации, также указали, что являются активными пользователями инстаграм аккаунтов, где «публикуются «сторис»», подписаны на групповое взаимодействие в социальных сетях, где «можно почти напрямую взаимодействовать с журналистами», получают региональную информацию и «видео-информацию СМИ округа, выставленные на YouTube» и т. д.

Благодаря действенности механизмов культурной памяти образ югорчанина приобретает в интериоризированных аудитории текстов массмедиа статус смысловой доминанты. Об этом свидетельствует, в частности, тот факт, что в качестве значимых подавляющим большинством респондентов были выделены опубликованные в этот период материалы о Великой Отечественной войне, а также те, в которых рассказывалось о представителях народов манси и ханты не только с мировым именем, но и известных своей повседневной деятельностью. В последнем случае для респондентов было важно, чтобы СМИ уходили при этом от «информационно-событийной» и «сугубо этнографической тематики». В ходе опроса был также подтверждён и яркий факт психологических отличий представителей различных групп аудитории. Так, для 58 % респондентов младше 30 лет, характерной была ярко выраженная «цифровая амнезия», то есть не запоминание, а постоянное обращение за информацией к смартфону. Вместе с тем задача определения факторов эффективности СМИ Югры в межпоколенческом коммуницировании и, как следствие, – в перспективе разработка модели их функционирования в условиях повсеместной цифровизации контента, дают возможность произвести дифференциацию аудиторных групп в традиционном «поколенческом» формате. В качестве эмпирического инструмента для измерения индивидуальных уровней цифрового капитала индивидов нами на данном этапе был определён характер медиапредпочтений.

Обсуждение и заключение

Как свидетельствуют полученные авторами результаты, плюралистическая медиасреда Югры является уникальным объектом исследования, во многом определяющим результативность фундаментальных факторов построения мультикультурного сообщества,

в котором интересы и культурная идентичность всех его членов одинаково уважаются и защищаются. Как любая новая традиция навыки медиапотребления индивидов опираются и на сложившиеся или апробированные в предыдущем социальном опыте поколений устойчивые привычки. Вместе с тем опрос респондентов свидетельствовал о снижении авторитета социального института чтения. Хотя чтение необходимо рассматривать как инструментальный самоидентификации личности при посредстве транслируемых медиа смыслов. Это обстоятельство предполагает обязательное включение данных компетенций в программы медиаобразования на всех его уровнях.

Обсуждение в научном сообществе проблемы цифрового капитала и дальнейший поиск вариантов продуктивного межпоколенческого общения при посредстве массмедиа, а также эффективных путей трансляции коммуникативно-культурной памяти, как доказано, предполагают развитие трёх основных деятельностных парадигм. Во-первых, *локализацию* исследований по этой теме, к примеру, как в данном случае – на уровне региона Югры. Во-вторых, *конкретизацию* эмпирического материала в рамках его анализа с использованием методов одной из научных дисциплин (филологии, культурологии, психологии, политологии). И, в-третьих, важно, чтобы ито-

гом данного рода научной деятельности стала *разработка соответствующей модели*: к примеру, гражданской, культурной или этнической идентичности, отражающей данную структуру и интенциональные состояния основных её субъектов.

Проведённый анализ также позволяет обосновать понятие «модель результативной деятельности массмедиа Югры» как основных трансляторов дискурсивных практик, связанных с формированием и развитием коммуникативно-культурной памяти в полиэтническом регионе. *Модель – есть действие, устремлённое в будущее, прогнозные характеристики которого на первом этапе разработки данной модели в цифровой реальности должны быть основаны на выявлении эмоционально-смысловых доминант мультимедийных текстов и характера предпочтений респондентов.* Механизмы осуществления гражданской активности, которая результирует интериоризацию индивидами данного смыслового содержания текстов массмедиа, и их поведение в конкретных ситуациях взаимодействия или поиска путей разрешения возникающих конфликтов и противоречий – компоненты, характеризующие степень эффективности модели. Их апробация требует проведения междисциплинарных исследований, что предполагает продолжение работы в данном направлении.

Список источников и литературы

1. Абашев В. В. Русская литература Урала. Проблемы геопоэтики. Пермь: Изд-во ПермГУ, 2012. 140 с.
2. Ассман А. Длинная тень прошлого. Мемориальная культура и историческая политика. URL: <https://fil.wikireading.ru/80720> (дата обращения: 12.05.2020).
3. Богачёва Н. В., Сивак Е. В. Мифы о «поколении Z». М.: НИУ ВШЭ, 2019. 56 с.
4. Галимова Е. Ш. Специфика северного текста русской литературы как локального свёрхтекста // Вестник Северного (Арктического) гуманитарного университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2012. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/spetsifika-severnogo-teksta-russkoy-literatury-kaklokalnogo-sverhteksta> (дата обращения: 28.03.2020).
5. Грачёва М. Д., Сумская А. С. «Аналоговое» и «цифровое» поколение аудитории СМИ: основные поведенческие характеристики // Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института: сб. мат. Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. Ч. 1. С. 76–80.
6. Григоренко Д. Е. Трансформация общества и его неуправляемость. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-obschestva-i-ego-neupravlyaemost/viewer> (дата обращения: 08.05.2020).
7. Гудова М. Ю., Рубцова Е. В. Коммуникационные тренды в условиях культурно-цивилизационной революции // Известия Уральского федерального университета. Серия 1 «Проблемы образования, науки и культуры». 2018. Т. 24. № 3. С. 172–176.
8. Добринская Д. Е., Мартыненко Т. С. Цифровой разрыв в России: особенности и тенденции // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 5. С. 100–119.
9. Культурная память в контексте формирования национальной идентичности России в XXI веке / отв. ред. Н. А. Кочеляева. М.: Совпадение, 2015. 168 с.

10. Ларкович Д. В. «Югорский текст» как литературная реальность: к постановке проблемы // Вестник угроведения. 2019. Т. 9. № 1. С. 40–52.
11. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: становление человека печатающего. Киев: Ника-Центр, 2004. 432 с.
12. Ожиганова Е. М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. № 1. С. 94–97.
13. Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Коммуникативно-культурная память: идентификационные ресурсы современных массмедиа // Гуманитарный вектор. 2019. Т. 14. № 5. С. 77–86. DOI: 10.21209/1996-7853-201914-5-77-86
14. Олешко Е. В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура как фактор оптимизации информационно-коммуникативных процессов: дис. ... док. филол. наук. Воронеж, 2018. 461 с.
15. Попков Ю. В., Тюгашев Е. А. Этнокультурный неотрадиционализм как ресурс формирования идентичности в современных социокультурных трансформациях // Siberian Socium. 2019. Т. 3. № 3. С. 53–64. DOI: 10.21684/2587-8484-2019-3-3-53-64
16. Проблемы конструирования идентичности россиян в дискурсе СМИ под влиянием концепта «информационная война» / О. И. Астахова, Э. В. Булатова, Л. В. Енина и др.; под ред. Э. В. Чепкиной. М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017. 196 с.
17. Профессиональная культура журналиста в условиях медиатрансформаций / под. ред. М. А. Мясниковой. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. 236 с.
18. Саймонс Г. Д., Мухин М. Ю., Олешко В. Ф., Сумская А. С. Цифровизация коммуникативно-культурной памяти и проблемы её межпоколенческой трансляции: методика междисциплинарного исследования // Коммуникативные исследования. 2019. Т. 6. № 4. С. 906–939. DOI: 10.24147/24136182.2019.6(4).906-939.
19. Семёнов А. Н. Концепт чтение в художественной литературе и возможности развития личности // Вестник угроведения. 2018. Т. 8. № 2. С. 450–462.
20. Сироткина Т. А., Ганущак Н. В. Этнические образы манси и русских в региональной художественной литературе // Вестник угроведения. 2019. Т. 9. № 2. С. 279–285.
21. Солганик Г. Я. Существуют ли художественно-публицистические жанры? // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2016. № 1. С. 127–131.
22. Alberts P. Multimodal Literacies: An Introduction // Alberts P., Sanders J. Literacies, the Arts, and Multimodality. NCTE: K-College 2010. Pp. 1–25.
23. Assmann J. Communicative and Cultural Memory. Cultural Memories Knowledge and Space // Meusburger P., Heffernan M. et al. Cultural Memories. The Geographical Point of View. Dordrecht; Heidelberg; London; New York: Springer Netherlands, 2011. Pp. 15–27. DOI: 10.1007/978-90-481-8945-8-1
24. Ferragina Emanuele, Arrigoni Alessandro. The Rise and Fall of Social Capital: Requiem for a Theory? // Political Studies Review. 2017. Vol. 15, №. 3. Pp. 355–367. DOI:10.1177/147892991562396
25. Gladkova A., Vartanova E., Ragnedda M. Digital divide and digital capital in multiethnic Russian society // Journal of Multicultural Discourses, 2020. DOI: 10.1080/17447143.2020.1745212
26. Hansen J. J. Digital literacy-cognitive strategies, genre skills and situated practice // Designing for learning in a networked world. New York: Routledge, 2018. Pp. 138–157.

References

1. Abashev V. V. *Russkaja literatura Urala. Problemy geopolitiki* [Russian literature of the Urals. Problems of geopolitics]. Perm: Izd-vo PermGU Publ., 2012. 140 p. (In Russian)
2. Assman A. *Dlinnaja ten' proshlogo. Memorial'naja kul'tura i istoricheskaja politika* [The long shadow of the past. Memorial culture and historical policy]. Available at: <https://fil.wikireading.ru/80720> (accessed: May 12, 2020). (In Russian)
3. Bogachyova N. V., Sivak E. V. *Mify o «pokolenii Z»* [Myths about «Z generation»]. Moscow: NIU VShJe Publ., 2019. 56 p. (In Russian)
4. Galimova E. Sh. *Specifika severnogo teksta russkoj literatury kak lokal'nogo sverhteksta* [Specifics of the Northern text of Russian literature as a local super-text]. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) humanitarnogo universiteta. Serija «Gumanitarnye i social'nye nauki»* [Bulletin of the Northern (Arctic) Humanitarian University. Series «Humanities and Social Sciences»], 2012, no. 1. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/spetsifika-severnogo-teksta-russkoj-literatury-kaklokalnogo-sverhteksta> (accessed: March 28, 2020). (In Russian)
5. Grachyova M. D., Sumskaya A.S. *«Analogovoe» i «cifrovoe» pokolenie auditorii SMI: osnovnye povedencheskie harakteristiki* [«Analog» and «digital» generation of media audience: main behavioral characteristics]. *Cifrovizacija kommunikativno-kul'turnoj pamjati: rol' zhurnalistiki kak social'nogo instituta: sb.*

mat. *Vseros. nauch.-prakt. konf. s mezhdunar. Uchastiem* [Digitalization of communicative and cultural memory: the role of journalism as a social institution: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference with international participation]. Yekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta Publ., 2019. P. 1. pp. 76–80. (In Russian)

6. Grigorenko D. E. *Transformacija obshhestva i ego neupravlyaemost'* [Transformation of society and its uncontrollability]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-obshchestva-i-ego-neupravlyaemost/viewer> (accessed: May 08, 2020). (In Russian)

7. Gudova M. Yu., Rubtsova E. V. *Kommunikacionnye trendy v usloviyah kul'turno-civilizacionnoj revolyucii* [Communicative trends in the context of the cultural and civilizational revolution]. *Izvestija Ural'skogo federal'nogo universiteta. Serija 1 «Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury»* [News of the Ural Federal University. Series 1 «Problems of Education, Science and Culture»], 2018, no. 24 (3), pp. 172–176. (In Russian)

8. Dobrinskaya D. E., Martynenko T. S. *Cifrovoy razryv v Rossii: osobennosti i tendencii* [Digital gap in Russia: features and trends]. *Monitoring obshhestvennogo mneniya: Jekonomicheskie i social'nye peremeny* [Public Opinion Monitoring: Economic and Social Change], 2019, no. 5, pp. 100–119. (In Russian)

9. *Kul'turnaja pamjat' v kontekste formirovaniya nacional'noj identichnosti Rossii v XXI veke* [Cultural memory in the context of the formation of Russia's national identity in the XXI century]. Ed. by N. A. Kochelyaeva. Moscow: Sovpadenie Publ., 2015. 168 p. (In Russian)

10. Larkovich D. V. «Jugorskij tekst» kak literaturnaja real'nost': k postanovke problemy [«Yugra text» as the literary reality: to the problem statement]. *Vestnik ugrovedeniya* [Bulletin of Ugric Studies], 2019, no. 9 (1), pp. 40–52. (In Russian)

11. Maklyuen M. *Galaktika Guttenberga: stanovlenie cheloveka pechatajushhego* [The galaxy of Gutenberg: formation of a printing human]. Kiev: Nika-Centr Publ., 2004. 432 p. (In Russian)

12. Ozhiganova E. M. *Teorija pokolenij N. Houva i V. Shtrausa. Vozmozhnosti prakticheskogo primenenija* [Theory of generations by N. Howe and V. Strauss. Opportunities for practical application]. *Biznes-obrazovanie v jekonomike znaniy* [Business education in economy of knowledge], 2015, no. 1, pp. 94–97. (In Russian)

13. Oleshko V. F., Oleshko E. V. *Kommunikativno-kul'turnaja pamjat': identifikacionnye resursy sovremennykh massmedia* [Communicative and cultural memory: identification resources of modern mass media]. *Gumanitarnyj vector* [Humanitarian Vector], 2019, no. 14 (5), pp. 77–86. DOI: 10.21209/1996-7853-201914-5-77-86 (In Russian)

14. Oleshko E. V. *Konvergentnaja zhurnalistika: professional'naja kul'tura kak faktor optimizacii informacionno-kommunikativnykh processov* [Convergent journalism: professional culture as the factor of optimization of information and communication processes]. Voronezh, 2018. 461 p. (In Russian)

15. Popkov Yu. V., Tyugashev E. A. *Jetnokul'turnyj neotradicionalizm kak resurs formirovaniya identichnosti v sovremennykh sociokul'turnykh transformacijah* [Ethno-cultural neo-traditionalism as the resource of formation of identity in modern socio-cultural transformations]. *Siberian Socium* [Siberian Socium], 2019, no. 3 (3), pp. 53–64. DOI: 10.21684/2587-8484-2019-3-3-53-64 (In Russian)

16. *Problemy konstruirovaniya identichnosti rossijan v diskurse SMI pod vlijaniem koncepta «informacionnaja vojna»* [Problems of constructing of identity of the Russians in the media discourse under the influence of the concept «information war»]. O. I. Astashova, Ye. V. Bulatova, L. V. Enina and other, ed. by Ye. V. Chepkina. Moscow; Yekaterinburg: Kabinetnyj uchenyj Publ., 2017. 196 p. (In Russian)

17. *Professional'naja kul'tura zhurnalista v usloviyah mediatransformacij* [Professional culture of a journalist in the context of media communications]. Ed. by M. A. Myasnikova. Yekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta Publ., 2020. 236 p. (In Russian)

18. Saymons G. D., Mukhin M. Yu., Oleshko V. F., Sumskaya A. S. *Cifrovizacija kommunikativno-kul'turnoj pamjati i problemy ejo mezhpokolencheskoj transljacji: metodika mezhdisciplinarnogo issledovaniya* [Digitalization of communicative and cultural memory and problems of its intergenerational translation: methods of interdisciplinary research]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communicative Research], 2019, no. 6 (4), pp. 906–939. DOI: 10.24147/24136182.2019.6(4).906-939. (In Russian)

19. Semyonov A. N. *Koncept chtenie v hudozhestvennoj literature i vozmozhnosti razvitiya lichnosti* [The concept of reading in literature and opportunities for the development of a personality]. *Vestnik ugrovedeniya* [Bulletin of Ugric Studies], 2018, no. 8 (2), pp. 450–462. (In Russian)

20. Sirotkina T. A., Ganushhak N. V. *Jetnicheskie obrazy mansi i russkih v regional'noj hudozhestvennoj literature* [Ethnic images of the Mansi people and the Russians in regional fiction]. *Vestnik ugrovedeniya* [Bulletin of Ugric Studies], 2019, no. 9 (2), pp. 279–285. (In Russian)

21. Solganik G. Ya. *Sushhestvujut li hudozhestvenno-publicisticheskie zhanry?* [Are there any artistic and publicistic genres?]. *Vestnik Moskovskogo universita. Serija 10. Zhurnalistika* [Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism], 2016, no. 1, pp. 127–131. (In Russian)

22. Alberts P. Multimodal Literacies: An Introduction. *Alberts P., Sanders J. Literacies, the Arts, and Multimodality*. NCTE: K-College 2010. pp. 1–25. (In English)
23. Assmann J. Communicative and Cultural Memory. Cultural Memories Knowledge and Space. *Meusburger P., Heffernan M. et al. Cultural Memories. The Geographical Point of View*. Dordrecht; Heidelberg; London; New York: Springer Netherlands, 2011. pp. 15–27. DOI: 10.1007/978-90-481-8945-8-1. (In English)
24. Ferragina E., Arrigoni A. The Rise and Fall of Social Capital: Requiem for a Theory? *Political Studies Review*, 2017, no. 15 (3), pp. 355–367. DOI:10.1177/147892991562396. (In English)
25. Gladkova A. Vartanova E., Ragnedda M. Digital divide and digital capital in multiethnic Russian society. *Journal of Multicultural Discourses*, 2020. DOI: 10.1080/17447143.2020.1745212. (In English)
26. Hansen J. J. *Digital literacy-cognitive strategies, genre skills and situated practice*. Designing for learning in a networked world. New York: Routledge, 2018. pp. 138–157. (In English)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Олешко Владимир Фёдорович, Заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (620002, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Мира, д. 19), доктор философских наук, профессор.

vladimir.oleshko@urfu.ru

ORCID.ID: 0000-0003-3001-7391

Олешко Евгений Владимирович, Профессор кафедры периодической печати и сетевых изданий, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Мира, д. 19), доктор филологических наук, доцент.

evgeny.oleshko@urfu.ru

ORCID.ID: 0000-0002-1377-369X.

ABOUT THE AUTHORS

Oleshko Vladimir Fyodorovich, Head of the Department of Periodicals and Online Publications, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin (620002, Russian Federation, Yekaterinburg, Mira St., 19), Doctor of Philological Sciences, Professor.

vladimir.oleshko@urfu.ru,

ORCID.ID: 0000-0003-3001-7391.

Oleshko Yevgeny Vladimirovich, Professor of the Department of Periodicals and Online Publications, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin (620002, Russian Federation, Yekaterinburg, Mira St., 19), Doctor of Philological Sciences, Professor.

evgeny.oleshko@urfu.ru

ORCID.ID: 0000-0002-1377-369X.